

一策一评

有深度的调研报告,有温度的现场探访,有新意的全媒体呈现——

《河南日报》调研式采写“十大战略”报道

□本报记者 吴明娟

“调查研究”是谋事之基、成事之道,是我党在革命、建设、改革各个历史时期的“传家宝”。为贯彻落实《关于在全党大兴调查研究的工作方案》,《河南日报》特别策划推出《从实物工作看“十大战略”调研行》特刊,通过有深度的调研报告、有温度的现场探访、有新意的全媒体呈现,全方位展示河南实施“十大战略”一年多来的变化、在实施“十大战略”中破解复杂难题的对策性调研之法,以及下一步如何更好地深入实施“十大战略”。

深入基层 用心用情

大事大处理,为充分做好报道,《河南日报》的《从实物工作看“十大战略”调研行》特刊跳出了新闻报道是一篇稿件、一张照片的简单分工模式,而是探索创新一组产品、一个系列的生产链模式。通过打破部门之间、子媒之间的藩篱,河南日报社各部门与报社系列媒体记者编辑共同参与,组成“项目施工队”,从单打作战转向团队协作,涉及报纸采编、视频文案、影像拍摄、影像剪辑、专业配音、视觉包装等多工种,在相互协作、合作共赢中共同做好主题报道。

最好的新闻在基层,如果只是浮光掠影、蜻蜓点水地采访,很难获得深切感受、察得真情实感。阅读报道可以发现,这次特刊中的报道采取了调研式的采写方法,记者扑下身子、沉到一线,带着“心”深入基层,写作接地气、沾土气、冒热气,深入反映了“十大战略”的进展与成效。比如,《“变废为宝”变出千亿级“金属王国”》一文写道:“河南凯美特科技有限公司生产车间里,起重机会在空中挥舞着‘手臂’转运着一捆捆铝卷,亮闪闪的铝卷经过冷轧、标记、过磅、称重后,被码放得整整齐齐。”记者的用心观察让报道细节饱满,为读者生动勾勒了车间里的生产画面,如身临其境,增强了报道的感染力。

此外,报道在突出现场感的同时,还坚持问题导向,突出思想性。10期特刊报道既实事求是、客观平实,又延展视角、给出解决思路,每期报道均配



发短评或专家解读。如在《临空经济蓄势“起飞”》一文中,河南交通运输战略发展研究院院长龙志刚对河南实施优势再造战略过程中,临空经济发展面临的短板及对应策略进行深入解读,富有现实针对性。

特刊报道还避免了从“理论”到“理论”、从宏观政策到宏大叙事的传统逻辑,摒弃了面面俱到的呈现方式,采取“化繁为简”来处理。对形成标志性工作量的具体点写深写透,小切口、讲故事。如,从全省范围内选择郑州航空港区、漯河食品产业园、焦作云台山等大家耳熟能详的具体案例进行深入采访,以点带面反映了“优势再造战略”在河南落地生根,有效拉近了大战略与普通民众之间的距离,实现了硬新闻的软着陆,取得了较好的传播效果。

创新表达 设计新颖

从报纸版面来看,创新的版面语言、丰富的色彩表达和精心的内容制作,处处展现出《河南日报》的精心和匠心,十分可圈可点。

首先,特刊版式设计有创意。针对不同的主题,结合稿件内容,设计不同的版式、采用不同的视觉元素。如在“创新驱动、科教兴省、人才强省战略”篇章中,两个连版均采用V字作为主视觉元素,将丰富的数据、新媒体产品串联起来,展现河南全省科技创新蓬勃发展的态势;“乡村振兴战略”篇章,围绕“一块田”“一头蒜”“一朵云”做设计,内容与版式呼应。

其次,色彩搭配有新意。特刊摒弃了以往“红配黄”的传统惯用色调,多采用蓝色、绿色等,并结合不同篇章设计主色调,整体清新亮丽、各有特色又相对统一,使人耳目一新。如“文旅文创融合战略”篇章在以蓝色为整体的设计色调上,采用代表文化的“厚重黄”进行相配,呈现现代与过去交织、时尚与传统碰撞的视觉效果。

最后,内容编排有深意。特刊每个版上除了常规的图片与稿件外,还集纳了数据图表、大事记以及融媒导读产品,全方位、立体化展现了河南省“十大战略”过去一年的成绩。数据图表突出增量,只讲2022年做出的成绩,紧扣主题;大事记全面记录发展历程,追

根溯源,简单明晰;融媒产品让成绩跃然纸上,纸端云端有效连接。数据围绕图片设计,大事记顺着视觉元素延伸,融媒导读形成图片点亮版面。整体布局得当,富有章法。

简短生动 全媒传播

从融媒传播看,河南日报社各新媒体平台更是发挥各自优势,形成了全方位、多平台、多角度、立体化的传播格局。河南日报客户端为每个“战略”量身定制“图说成绩单”“图说大事记”“图说调研行”3个图解,并对每个“战略”的系列图说进行H5产品的打包,做二次传播,同时,根据特色与适用性,制作地图海报。此外,客户端还开设专题,将成绩单、大事记、调研行、地图海报、简报特刊等融媒产品进行集纳。

河南日报微博也开设总话题#从实物工作看十大战略调研行#,共发稿45篇,总阅读量740万,调研行话题多次登上同城榜。#河南一小城的大蒜全国知名##一个人轻松管理400亩田##河南有条氢能全产业链##河南超硬材料产品产量全国第一##郑州与世界的距离很短#等子话题,对报纸原稿精心编辑,既保留了原稿的信息又遵循微博简短生动便于传播的特点,给读者带来丰富的阅读体验。

值得一提的是,《AI主播河宝带你逛地标》重庆短视频每期对应一个“战略”,由虚拟主播“河宝”出境,走进河南省科学院、省政务服务中心、郑州龙湖金融岛、黄帝故里园区等,实地探访、实在感受“十大战略”的实践成效。“河宝”以更灵活的报道方式和独特视角,从火热一线为受众发回播报,形式新颖、语态鲜活,令人眼前一亮。

总的来看,《河南日报》的《从实物工作看“十大战略”调研行》特刊动手早、切入准,整组报道在细节中凸显高度、于故事中彰显温度、在分析中展现深度,写务实、内容深、表达新,在宣传策划、内容生产、融合传播等方面可圈可点,让重点成为热点、让质量带来流量,值得点赞。

一栏一语

黄河新闻网《典出山西》栏目

让传统文化报道更加接地气

□本报记者 朱丽娜

在新传播形式层出不穷、新文化产品不断涌现的今天,普及推广传统文化是一项需要付出真功夫、考验真本事的创作挑战。之于山西而言,其本土资源丰富,历史悠久,人文荟萃,拥有丰厚的历史文化遗产。为了更好地保护和传承三晋大地璀璨的文化瑰宝,黄河新闻网邀请山西省内文化学者,将散落各处典籍中有关山西的历史典故、成语故事收集、整理、精编,打造了多媒体历史文化系列品读节目——《典出山西》,通过传播形式的创新让山西文化传播得更广、更近。

《中国新闻出版广电报》记者在梳理中发现,《典出山西》在聚焦传统文化传播新模式中进行了令人惊喜的尝试。每期视频仅6分钟,通过简短的对话视频,让读者能够在最短时间内了解主旨核心,在做精内容的同时,又在内容多元化基础上做优了传播,实现了节目的影响力最大化。

丰富题材 强化价值引领

在高科技、数字技术、人工智能等飞速发展的今天,人们的生产方式、思维模式、语言体系等都发生了深刻变化,媒体在进行文化传播的过程中不能故步自封,必须融入时代,才能更有生命力、更有活力。

《典出山西》之所以能够“破圈”传播,实现正能量与大流量的双丰收,正是因为牢牢抓住了坚持创造性转化、创新性发展这一成功密码。

纵观目前已推出的340期内容,记者发现,《典出山西》涉及题材丰富,既有铁货铸造的历史渊源,也有“根祖文化”之伏羲和女娲,还可以与鸟尊来一场跨越时空的对话。如此选题模式也启示我们,要善于从时代需求中寻找立

意,从中华优秀传统文化宝库中挖掘题材、汲取养分。只有立足时代需要,坚定文化自信,将中华优秀传统文化的丰富思想、艺术价值与时代特点和要求有机结合起来,积极开展传统文化创造性转化和创新性发展的探索与实践,才能“不畏浮云遮望眼”,始终引领文艺创作的正确方向,创作出更多更好的新作品。

植根沃土 传承中华优秀传统文化

《典出山西》系列报道在主流媒体报道层面对弘扬中华优秀传统文化、展示中华民族的独特精神标识进行了有益探索。

为了让传统文化报道深下去。每一期报道对具体话题逐一剖析,借助多个典籍,梳理节气在物候、农事、人文等层面的丰富内涵,让读者更深入、更系统、更全面地感知节气的魅力与价值。如在《千年赓续 四季如歌》等报道中,《典出山西》通过解析从哪里来、到哪里去等问题,展现传统文化中所蕴含的中国智慧;在《先有谷远县,才有沁州黄》《饿死人的河东美食》等报道中,《典出山西》通过介绍风土人情、地方特色美食等,呈现具象化的文化符号在中华文化不断流传的过程中所发挥的作用。

口语化的表达方式,也是《典出山西》的一大特点。例如,在第411期《饿死人的河东美食》中:“所以运城和陕西的关系真的是特别近。对于运城这样一个地处三省交界的城市,或许它本身形象就是复杂而模糊的。陕西和山西都是出了名的面食大省,所以两边吃起面来是都不含糊,谁也不服谁。运城本地的口味也就有了些杂糅的感觉。譬如新绛、闻喜的花馍、面塑各有特



色。本身闻喜花馍、煮饼以及稷山麻花就是运城面食的代表,是山西面点中的佼佼者。鲁迅先生《孤独者》中就曾提到‘我提着两包闻喜产的煮饼去看友人’。亲切的家常话语,不仅让受众更易接受,而且在轻松的状态下打开纵思考的空间。

立足当下 坚持推陈出新

传统文化只有和当下生产生活有机交织,才能焕发生机。围绕地方传统文化特色,《典出山西》系列报道融入新语境、满足新需求,实现与读者的共鸣共情,让古老节气在现代生活中焕发出新光彩。

在第404期《洪洞移民说有夸大之嫌》中,《典出山西》旁征博引,讲述了很多关于洪洞移民背后的故事;而民间传播甚广的“洪洞大槐树移民”,官

修正史《明史》没有提到,官修编年体史书《明实录》也没有提到,其主要依据的是地方志和各地家谱,尤其以后者为主。史书、方志、家谱构成我国史料体系,但三者的可信度、权威性,以史书为最,方志为次,家谱最低。

同时,《典出山西》还约请专家,通过多种角度、多重视野进行多维科学解释:“对于此事,曾在民国时期任山西省政府主席的赵戴文就说过,洪洞大槐树之说‘不见诸史,惟详于谱谍’(谱谍,即家谱)。”“现代有学者考证,来自‘洪洞大槐树’的移民分布在11个省(区、市),分布在227个县份,其主要根据就是方志、家谱和民间传说,这种说法因为‘吸引眼球’,常被公开引用、传播。”“常识也告诉我们:洪洞不可能拥有如此多的移民。”《典出山西》系列报道贯通历史与当下,凸显中华优秀传统文化的现代意义和时代价值。

分享汇



重庆日报全媒体栏目《正见》影像表达观点 图片记录时代

□万难

“正见,顾名思义,正在看见。从今天起,重庆日报客户端将不定期推出《正见》栏目,用影像表达观点,记录那些值得回味的瞬间。”2018年4月13日,重庆日报全媒体推出了一个以新闻图片为主的崭新栏目——《正见》。截至目前,《正见》历时5年,共刊发203期,每周日定期推送,受到各方好评。

视觉是人们认知世界最主要的途径之一。在传统的新闻摄影创作中,摄影者需要借助暗房技术,才能把事物转化为影像。近年来,伴随数字技术的普及与发展,以移动互联网、智能手机为主要载体的新兴媒体崛起,为新闻摄影创造了更为便利的条件。新闻图片以更快、更新的方式传播,新闻摄影进入了数字化的传播新时代。

在全媒体的今天,新闻影像是多种媒介产品不可或缺的一部分,而数字影像技术的飞速发展使新闻摄影的门槛大大降低。与此同时,《重庆日报》视觉影像部收到的来稿数量与日俱增,日常的报纸版面已经无法满足来稿刊登的需求。在这样的情况下,重庆日报社推出了影像栏目《正见》。该栏目内容由《重庆日报》摄影记者、通讯员一周内所拍摄的新闻图片组成,并由文字编辑、图片编辑共同进行梳理,根据照片内容确定本周主题及文案。

在这5年时间里,《重庆日报》也时常思考如何让更多的优秀新闻影像汇聚于此,如何将《正见》栏目做得更有特色、更有新意、更能吸引读者。

巧用平台充实高水平通讯员队伍

《正见》栏目是新闻摄影通讯员的交流阵地。栏目上线后,受到了非常多的新闻摄影爱好者的关注与支持,纷纷通过这个平台,为《重庆日报》提供新闻影像。

虽然很多摄影师与《重庆日报》的图片编辑素不相识,但他们的好作品能及时被《正见》采用,栏目内容越来越丰富、人气越来越旺。通讯员通过重庆日报社通讯员摄影交流群进行业务交流、专业探讨,对作品进行讨论、点评,新闻摄影水平得到了提高。栏目在《重庆日报》视觉影像部和通讯员之间形成了良性的相互作用,达到了双赢的局面。目前,《重庆日报》视觉影像部已构建起了150余人的专业新闻摄影通讯员队伍,《重庆日报》新闻图片库的质量和片源数量也得到了极大地提升。

多用精品图片打造高品质平台

在新闻传播过程中,新闻摄影具有很重要的作用,其凭借着直观生动的形象以及艺术效果能够让读者产生深刻的印象,为受众带来具有冲击力的视觉效果。

因此,《正见》栏目秉承精益求精、优中选优的态度挑选每周的新闻图片,并将新闻性与艺术性相结合,且作为选图的第一标准。也正因此,将新闻价值、历史文献价值与形象的审美价值结合于一体的新闻影像栏目《正见》,让读者通过新闻事件的场景感受现场的气氛,传递出了新闻人物的情感与思想。

善用优质选题策划组织高质量内容

新闻栏目质量的优劣,直接决定着其影响力。只有选择适合的题材主题,才能在内容上做到出彩。“正见”,顾名思义,正在看见。给读者看什么?见什么?这个需要编辑用心思考。

作为一个党报栏目,讲政治、讲党性是选题的第一原则,正确的舆论引导是首要任务。对此,《正见》会从近期市委、市政府的中心工作及每周的热点事件、新闻日历等方向进行选题策划,从具有强大表现力的“小事”着手,以小博大,不断深化图片栏目的内涵与外延。提前一周对大致选题方向在通讯员微信群进行通知,让通讯员有针对性地拍摄,以确保每周征集的图片符合要求,有质有量。

当今时代,大众的审美意识日渐提升,摄影所体现出的人文关怀、社会价值愈加明显,《正见》栏目乘着这股东风顺势而为,并将这股风气向正面引导,在不断传播正能量的过程中,凝聚并焕发强大的生命力。